

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Era baru globalisasi telah dimulai yang ditandai dengan munculnya teknologi yang bergerak dalam bidang informasi dan komunikasi, manusia seakan dipertemukan dalam ruang yang sama untuk melakukan interaksi satu sama lain, teknologi memberikan dampak yang sangat besar terhadap kebiasaan manusia dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara konvensional di lingkungan seperti biasanya, berangsur-angsur dilakukan dengan aktivitas dalam jaringan, kebiasaan seperti ini didukung dengan hadirnya teknologi yang membantu manusia untuk berinteraksi satu sama lain tanpa harus bertemu secara langsung, berbagai macam bentuk interaksi manusia telah dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang begitu pesat, salah satunya adalah interaksi dalam bisnis.<sup>1</sup>

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk mendapatkan keuntungan secara finansial, bisnis juga mulai dipengaruhi teknologi informasi dan komunikasi, manusia mulai beralih dari aktivitas konvensional (*offline*) kepada aktivitas dalam jaringan (*online*), bisnis dengan cara memanfaatkan teknologi dalam bidang digital mulai banyak diminati karena dianggap lebih mudah dan efektif, bagi pembisnis tentunya sangat mudah memasarkan produk karena luasnya pangsa pasar yang tidak terbatas wilayah regional tertentu, serta dengan mudah mengembangkan bisnis yang dimilikinya,

---

<sup>1</sup> Yohanes Liestyo Poerwoto, "Dampak Globalisasi bagi Perubahan Perilaku Masyarakat Indonesia" *Tribunnews.com* (25 September 2021). Diakses dari <https://www.tribunnews.com/pendidikan/2021/09/25/dampak-globalisasi-bagi-perubahan-perilaku-masyarakat-Indonesia> pada tanggal 10 Januari 2022 pukul 09.43 WIB.

begitupun bagi pembeli, bisnis secara *online* bisa menghemat waktu, tenaga dan biaya yang dimiliki.<sup>2</sup>

Bisnis secara *online* memanfaatkan media elektronik dalam pelaksanaannya seperti televisi, telepon dan internet, dalam bahasa Inggris disebut *electronic commerce (e-commerce)* atau perniagaan elektronik. Kegiatan tersebut meliputi pedagang, konsumen, manufaktur dan pelayanan provider dengan memanfaatkan jaringan internet. *E-commerce* memiliki perbedaan dari bisnis secara langsung, seperti bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan tawar-menawar, penggunaan uang tunai, memeriksa barang yang akan dibeli serta daya dorong penjualan karena luasnya pasar yang tidak terbatas wilayah regional tertentu.<sup>3</sup> Akan tetapi secara umum *e-commerce* memiliki kesamaan dengan bisnis secara langsung seperti memerlukan ketekunan dan keseriusan dalam menjalankannya, secara umum perbedaan dari keduanya ada pada media bisnis yang digunakan, salah satu *e-commerce* yang beroperasi dan memiliki pangsa pasar yang besar di Indonesia adalah Shopee.

Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang begitu populer di Indonesia, Shopee mempertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi bisnis secara elektronik, dalam survei yang dilakukan oleh Ipsos Indonesia pada kuartal ketiga tahun 2021 tentang persaingan industri *e-commerce*, survei

---

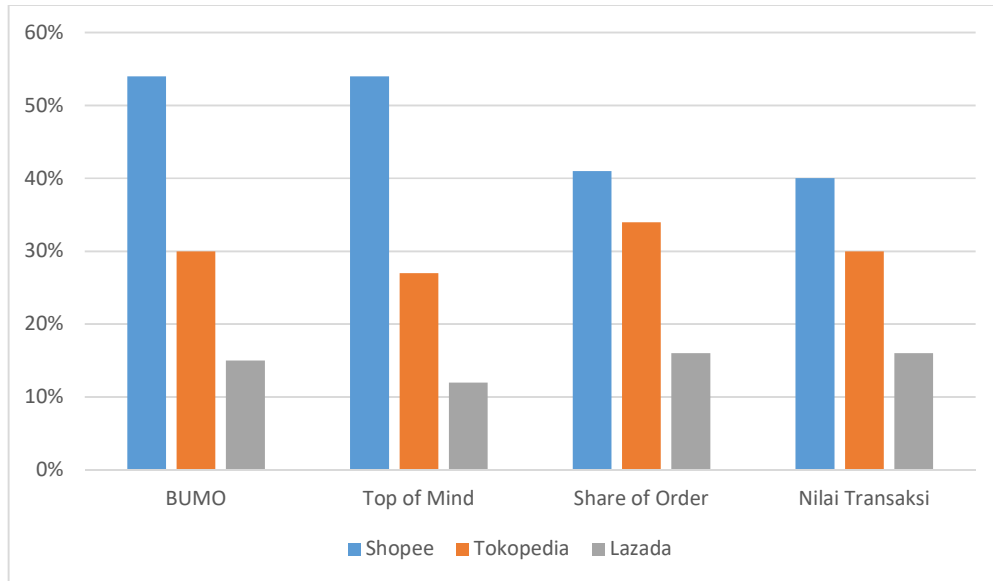
<sup>2</sup> Rahma Indina Harbani, "Muamalah Adalah Perkara Sesama Manusia, Apa Saja Jenisnya?" *DetikEdu* (25 Oktober 2021) Diakses dari <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5781301/muamalah-adalah-perkara-sesama-manusia-apa-saja-jenisnya> pada 10 Januari 2022 pukul 14.12 WIB.

<sup>3</sup> Liputan6.com, *E-Commerce Terbukti Bantu Genjot Penjualan dari Hulu ke Hilir* (03 Maret 2022), Diakses dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4902028/e-commerce-terbukti-bantu-genjot-penjualan-dari-hulu-ke-hilir> pada 11 Januari 2022 pukul 8.32 WIB

tersebut menjadikan Shopee sebagai juara dari tiga pemain utama *e-commerce* di Indonesia, yaitu Tokopedia dan Lazada.

**Gambar 1.1**

**Survei 3 *e-commerce* paling diminati di Indonesia kuartal ke tiga 2021**



Survei ini dinilai dari empat indikator yaitu *brand use most often* atau merek yang paling sering digunakan, *top of mind* atau merek yang paling diingat oleh masyarakat, pangsa pasar jumlah transaksi (*share of order*) dan pangsa pasar nilai transaksi, di mana dari empat indikator tersebut Shopee berhasil memimpin.<sup>4</sup> sebagai salah satu *e-commerce* yang paling diminati, Shopee terus memberikan terobosan-terobosan baru untuk selalu menjadi yang nomor satu dalam pelayanannya, sehingga memunculkan banyak fitur yang dianggap mampu untuk menarik pembeli untuk bertransaksi di dalamnya, seperti dalam fitur pembayaran,

<sup>4</sup> Fahmi Ahmad Burhan, "Survei Ipsos: Shopee Rajai E-commerce RI, Ungguli Tokopedia dan Lazada", *Katadata.co.id* (03 Maret 2022), Diakses dari <https://katadata.co.id/happyfajrian/digital/61fb9d7808a8d/survei-ipsos-shopee-rajai-e-commerce-ri-ungguli-tokopedia-dan-lazada> pada 11 Januari 2022 pukul 10.29 WIB

Shopee menambahkan opsi *paylater* dengan nama produk Spaylater yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk bertransaksi dalam aplikasi Shopee.

Spaylater merupakan fitur yang memanfaatkan konsep *fintech* (*financial technology*) untuk memberikan kemudahan bagi pengguna atau pembeli dalam berbelanja di saat tidak memiliki uang yang cukup, Spaylater memberikan pinjaman berupa uang elektronik yang hanya bisa dibelanjakan menggunakan aplikasi Shopee. Dalam praktiknya Spaylater memberikan kesempatan kepada pembeli untuk memesan barang dan mendapatkannya sebelum membayar, di mana pembayaran bisa dilakukan nanti setelah satu bulan atau beberapa bulan dengan menggunakan cicilan, sesuai dengan kesepakatan sebelumnya kepada Spaylater. Dana yang diberikan sesuai dengan jumlah pesanan yang dibayarkan, di mana dana tersebut merupakan talangan dari perusahaan yang bekerja sama dengan Shopee yaitu PT Commerce Finance. Spaylater sangat membantu kepada pembeli yang sedang membutuhkan barang tapi tidak memiliki uang pada saat itu, barang yang dijual dalam aplikasi Shopee juga tidak bertentangan dengan syariah, yaitu halal dan legal, bahkan tidak mendorong pembeli untuk berbelanja berlebihan, dengan cara menetapkan batas maksimal pinjaman yang disesuaikan dengan kemampuan finansial penggunanya. Spaylater memberikan batas maksimal 50 juta dengan cicilan maksimal 12 bulan, batas maksimal tersebut akan disesuaikan dengan keadaan pengguna yang dilampirkan dalam pendaftaran sebelumnya berupa informasi riwayat transaksi yang menjadi tolok ukur besaran limit yang akan diberikan, batas maksimal tersebut tidak dapat dicairkan, hanya bisa digunakan dalam transaksi pembelian barang yang dijual pada aplikasi Shopee.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Shopee.co.id diakses dari <https://Shopee.co.id/m/Spaylater-Beli-Sekarang-Bayar-Nanti> pada 12 Januari 2022 pukul 20.33 WIB.

Produk Spaylater menggunakan konsep multi akad di mana dalam satu sisi menjadi alat pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli pada aplikasi Shopee dan disisi lain Spaylater merupakan salah satu bentuk praktik kredit antara pengguna (pembeli) dan perusahaan pihak ketiga yang bekerja sama dengan Shopee, adapun pengertian kredit disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 Pasal 1 Ayat 11 yang berbunyi:

“Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan uang yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.”<sup>6</sup>

Secara umum praktik bisnis diperbolehkan, selagi tujuannya untuk membantu sesama manusia keluar dari kesulitan sebagaimana sabda nabi Muhammad SAW. dalam salah satu hadis yang di riwayatkan oleh imam Muslim:

مَنْ فَرَّجَ عَن مُسْلِمٍ كُرْبَةً مِّنَ الدُّنْيَا، فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِّنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ، وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا دَامَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ. (رواه مسلم)

“Orang yang melepaskan seorang muslim dari kesulitannya didunia, Allah akan mepaskan kesulitannya dihari kiamat, dan Allah senantiasa menolong hamba-Nya, selama ia (suka) menolong saudaranya” (HR. Muslim).<sup>7</sup>

Dengan melihat besarnya minat dari masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi perdagangan melalui media elektronik terutama dalam aplikasi Shopee dengan menggunakan Spaylater serta mengingat banyaknya pemeluk agama Islam di Indonesia, maka peneliti merasa sangat penting untuk membahas fenomena ini berdasarkan perspektif ekonomi Islam.

<sup>6</sup> Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 Pasal 1 Ayat 11 Tentang Kredit, diakses dari <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1998/10tahun~1998uu.htm> pada 13 Januari 2022 pukul 7.12 WIB.

<sup>7</sup> Fatwa DSN-MUI No: 19/DSN-MUI/IV/2001 Tentang Qardh. Diakses dari <http://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/19-Qardh.pdf> pada 13 Januari pukul 9.01 WIB.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas penulis akan mengangkat fokus penelitian yang akan penulis teliti dalam penelitian ini, fokus penelitian dalam penelitian ini adalah: bagaimana praktik transaksi menggunakan fitur pembayaran Spaylater pada platform *e-commerce* Shopee dalam perspektif ekonomi Islam?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui praktik transaksi menggunakan fitur pembayaran Spaylater pada platform *e-commerce* Shopee dalam perspektif ekonomi Islam.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini mempunyai kegunaan yang bisa diambil, yaitu:

1. Kegunaan teoritis
  - a. Memberikan wawasan tentang bisnis *online* dalam pandangan ekonomi Islam.
  - b. Memberikan pemahaman tentang jual beli secara kredit.
2. Kegunaan praktis
  - a. Mengetahui tentang langkah-langkah yang ada dalam bisnis *online* syariah
  - b. Mendapatkan referensi tentang praktik jual beli kredit dengan menggunakan Spaylater

## **E. Definisi Istilah**

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi proposal ini, maka penulis akan memberikan pemahaman dari beberapa hal yang dianggap tidak lumrah atau kurang dipahami.

### 1. *E-Commerce*

Merupakan aktivitas bisnis yang dilakukan dengan memanfaatkan media elektronik, baik menggunakan televisi, telepon ataupun internet, dalam penelitian ini peneliti memfokuskan *e-commerce* pada transaksi jual beli menggunakan media internet yaitu dalam aplikasi Shopee.

### 2. *Paylater*

Merupakan metode pembayaran dalam jual beli menggunakan uang elektronik yang pembayarannya tidak kontan baik menggunakan sistem kredit atau dengan sistem tangguhan.

### 3. *Spaylater*

Merupakan salah satu fitur pembayaran dalam jual beli dan batas kredit yang dimiliki Shopee yang digunakan khusus berbelanja di Shopee dan tidak bisa dicairkan, Spaylater hanya bisa digunakan oleh pengguna Shopee, dana yang digunakan untuk pembayaran menggunakan Spaylater berasal dari perusahaan lain yang bekerja sama dengan pihak Shopee yaitu PT Commerce Finance.

### 4. *Spaylater Perspektif Ekonomi Islam*

Merupakan proses penelitian yang berupa sudut pandang ekonomi Islam dengan menggunakan bahan kajian yang sesuai dengan praktik transaksi menggunakan fitur pembayaran Spaylater, bahan yang digunakan berasal dari teori jual beli dalam Islam (*al-bay'*) dan jual beli kredit (*bai' at-taqsith*).

## **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

1. Jurnal oleh Sophia Lubis, Rusdi Sulaiman dan Nur Rahmiani dalam jurnal "Al-Aqad" vol 1 no 1 tahun 2021 yang berjudul "Kredit *Paylater* pada Aplikasi Traveloka dalam Perspektif *Bai' bit-Taqsith*" IAIN Pontianak,

dalam jurnal tersebut para penulis mengkaji praktik *paylater* Traveloka menggunakan perspektif *bai' bit-taqsith* yaitu jual beli secara angsuran, pemohon fitur *paylater* Traveloka harus lulus kualifikasi dari pihak Traveloka, batas pengembalian pinjaman maksimal 12 bulan dengan bunga berkisar 2.14% sampai 5%, *paylater* hanya bisa digunakan untuk melakukan transaksi pada aplikasi Traveloka, praktik *paylater* Traveloka dianggap sudah memenuhi kriteria *bai' bit-taqsith*, penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama membahas terkait kredit Islam, perbedaannya ada pada aplikasi yang digunakan.<sup>8</sup>

2. Jurnal oleh Iin Emy Prastiwi dan Tira Nur Fitria dalam jurnal “Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam” Vol. 7 No. 1 Tahun 2021 yang berjudul “Konsep *Paylater Online Shopping* dalam Pandangan Ekonomi Islam”, dalam jurnal tersebut para penulis mengkaji tentang keuntungan dan resiko dalam penggunaan *paylater*, serta kajian Islam terhadap penggunaan *paylater* tersebut, disimpulkan dalam penelitian tersebut bahwa *paylater* menetapkan harga setelah ditotal dalam pembayaran, tidak sama seperti harga sebelumnya sehingga dilarang dalam Islam, sedangkan untuk metode diluar itu, *paylater* telah memenuhi kriteria jual beli berdasarkan perspektif ekonomi Islam, persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah membahas *paylater* yang ada pada aplikasi *online shopping* dan perbedaannya jurnal tersebut membahas *paylater* secara umum sedangkan

---

<sup>8</sup> Sopia Lubis, Rusdi Sulaiman dan Nur Rahmiani, “Kredit Paylater pada Aplikasi Traveloka dalam Perspektif Bai' bit-Taqsith” *Al-Aqad*, 1, 1 (2021).



penelitian ini membahas *paylater* pada aplikasi Shopee, itu memungkinkan adanya perbedaan praktik dalam pelayanannya.<sup>9</sup>

3. Jurnal oleh Fanny Anggraeny Putri dan Sri Setyo Iriani dalam jurnal “Jurnal Ilmu Manajemen” Vol. 8 No. 3 tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman *Online Shopee Paylater*”, Universitas negeri surabaya, dalam jurnal ini penulis membahas tentang pengaruh kepercayaan dan kemudahan dalam melakukan praktik Spaylater terhadap keputusan seseorang untuk menggunakan jasa Spaylater, dihasilkan dari penelitian ini bahwa semua pengaruh dinilai positif dan yang paling dominan adalah pengaruh variabel kemudahan terhadap keputusan pembelian, penelitian dalam jurnal ini memiliki kesamaan dalam pembahasan Spaylater hanya berbeda dalam maksud penelitian yang dilakukan, dimana penelitian dalam jurnal ini membahas tentang pengambilan keputusan pengguna untuk melakukan transaksi menggunakan fitur pembayaran Spaylater sedangkan penelitian dalam skripsi ini membahas tentang perspektif ekonomi Islam pada praktik layanan Spaylater.<sup>10</sup>
4. Jurnal oleh Rahmatika Sari dalam jurnal “Jurnal Riset Bisnis dan Investasi” Vol. 7 No. 1. April 2021 yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *Paylater* terhadap Prilaku *Impulse Buying* Pengguna *E-Commerce* di Indonesia”,

---

<sup>9</sup> In Emy Prastiwi dan Tira Nur Fitria, “Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7, 1 (2021).

<sup>10</sup> Fanny Anggraeny Putri dan Sri Setyo Iriani, “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8, 3 (2020).

Politeknik Negeri Bandung, dalam jurnal ini penulis membahas tentang sejauh mana keputusan belanja secara tiba-tiba atau tidak terencana dari pengguna *e-commerce* bereaksi dengan adanya fitur *paylater* pada *e-commerce* yang ada di Indonesia, hal itu melihat banyaknya pengguna yang setiap hari semakin banyak melakukan pembelian *online* dengan menggunakan fitur *paylater*, disimpulkan dalam penelitian ini bahwa perilaku impulse buying cukup tinggi di Indonesia, sebesar 6.4% pengguna melakukan impulse buying dengan keberadaan *paylater*, penelitian dalam jurnal ini memiliki kesamaan dalam pembahasan *paylater*, tapi berbeda dalam segi kajiannya, dimana penelitian ini fokus kepada pengaruh *paylater* secara umum terhadap pembelian tanpa terencana.<sup>11</sup>

5. Jurnal oleh Andi Pratiwi Yasni Putri, Ahmadi Miru dan Maskun dalam jurnal “Amanna Gappa” Vol. 28 No. 2 tahun 2020 yang berjudul “Praktik Penyalahgunaan Fitur Kredit (*Paylater*) oleh Pihak Ketiga melalui Aplikasi Belanja *Online*”, dalam jurnal ini membahas permasalahan dimana jika ada pihak ketiga yang tidak bertanggung jawab dengan meminjam akun seseorang untuk meminjam pada aplikasi belanja *online*, maka aplikasi diwajibkan untuk memberikan fitur keamanan sekiranya pihak ketiga tidak bisa leluasa menggunakan akun orang lain, disimpulkan bahwa pihak penyedia layanan telah melakukan usaha pencegahan dengan melakukan kerja sama dengan perusahaan lain yang berjalan dibidang keamanan informasi pengguna, persamaan penelitian dalam jurnal ini adalah pada

---

<sup>11</sup> Rahmatika Sari, “Pengaruh Penggunaan *Paylater* terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna *E-Commerce* di Indonesia”, *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7, 1 (April, 2021).

pembahasan kredit *paylater* walaupun *paylater* secara umum, sedangkan perbedaannya ada pada permasalahan yang diangkat.<sup>12</sup>

**Tabel 1.1**  
**Kajian penelitian terdahulu**

No	Judul Jurnal	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Kredit Paylater pada Aplikasi Traveloka dalam Perspektif <i>Bai' bit-Taqsith</i>	Penelitian hukum normatif, jenis penelitian kualitatif	Membahas layanan <i>paylater</i>	Pada aplikasi yang digunakan
2	Konsep <i>Paylater Online Shopping</i> dalam Pandangan Ekonomi Islam	Penelitian kepustakaan, jenis penelitian kualitatif deskriptif	Membahas layanan <i>paylater</i>	Pembahasan <i>paylater</i> secara umum tidak pada aplikasi tertentu
3	Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman <i>Online Shopee Paylater</i>	Penelitian kuantitatif, pendekatan kausal	Membahas tentang layanan <i>Shopeepay later</i>	Pada fokus penelitian, dimana penelitian ini membahas tentang hal yang mempengaruhi pembeli untuk melakukan transaksi menggunakan fitur pembayaran <i>Shopeepay later</i>
4	Pengaruh Penggunaan <i>Paylater</i> terhadap Prilaku <i>Impulse Buying</i> Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia	Penelitian kualitatif deskriptif	Membahas tentang <i>paylater</i>	Dalam penelitian ini membahas tentang pembelian tanpa terencana yang dipengaruhi oleh adanya layanan <i>paylater</i> secara umum

<sup>12</sup> Andi Pratiwi Yasni Putri, Ahmadi Miru dan Maskun, "Praktik Penyalahgunaan Fitur Kredit (Paylater) oleh Pihak Ketiga melalui Aplikasi Belanja *Online*" *Amanna Gappa*, 28, 2 (2020).

5	Praktik Penyelenggaraan Fitur Kredit ( <i>Paylater</i> ) oleh Pihak Ketiga melalui Aplikasi Belanja <i>Online</i>	Penelitian normatif- empiris	Membahas tentang <i>paylater</i>	Pada permasalahan yang diangkat
---	---	------------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------------

